



上海冰雪经济的想象力

屠瑜

继去年上海“中心城区第一块标准冰场”——普陀冰上运动中心建成开放后，上海人又将迎来世界最大的室内滑雪场。据市体育局介绍，位于临港新片区的耀雪冰雪世界正加快建设，计划今年开业，建成后将成为一站式冰雪度假胜地，填补上海旅游产业链上冰雪旅游的空白。原本缺少冰雪资源的上海正大力挖掘冰雪产业价值，培育壮大新型消费，激发文旅新动能。

我国冰雪经济前景广阔。近年来，随着北京冬奥会带来的高关注度及其“带动三亿人参与冰雪运动”的宝贵遗产，冰雪运动被越来越多的中国人热爱。2022年11月，国家体育总局、国家发展改革委等多部门共同印发《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》，提出要“形成东西南北交相呼应、春夏秋冬各具特色、冰上雪上协调并进的发展格局”。

目前，冰雪产业已然站上风口，成为“热

经济”。《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》显示，预计2023年中国冰雪运动产值将达到8900亿元，2025年将达到1万亿元，占整个中国体育总产值的五分之一。

同时，冰雪产业的发展有一定的经济门槛。通常，当一个国家或地区人均GDP达到1万美元时，大众体育运动形式才会由相对简易、成本相对较低的郊游、登山、徒步、跑步等，向较为复杂、成本相对较高的骑行、滑雪、潜水、冲浪等转移。南方强势的经济地位，为冰雪产业南下打下基础。上海作为国际大都市、时尚潮流地，人们对生活品质的追求越来越高，冰雪运动正持续升温，越来越受到年轻人的欢迎，上海发展冰雪经济恰逢其时。

原上海市冰雪运动协会会长严家栋介绍，据统计，上海市民在冰雪运动上的消费能力比较强，在全市所有体育运动项目中排在第二位，这证明冰雪运动市场具有很大潜

力。在非雪季，全国的室内滑雪场都“瞄准”了上海客源。比如张家口崇礼、吉林长白山等许多地方的滑雪场，会和上海的滑雪俱乐部签约合作，给予优惠，吸引上海滑雪爱好者和游客。

说到冰雪经济，最近最热门的城市莫过于哈尔滨了。携程数据显示，上海“小土豆”们正是最近在哈尔滨玩得最嗨的人群之一。自去年12月至今年2月末，整个冰雪旅游季，预订到哈尔滨旅游的南方用户订单量最多来自上海、深圳、广州、杭州、长沙等地。其中，上海“小土豆”们的订单较第二名深圳翻倍。哈尔滨利用丰富的冰雪资源和十足的诚意，做了一次成功的城市营销，这也是上海在发展冰雪经济时需要借鉴学习的地方。

天然冰雪资源优势并不是发展冰雪经济成败的决定因素。随着科技的进步，造冰造雪将会越来越容易。如何提升服务、规范

管理是关键。这需要从顶层设计，制定上海冰雪经济发展规划，出台促进冰雪运动和冰雪产业方面的专项政策，进一步完善冰雪经济体系，大力推动冰雪体育、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展，积极创新产品服务，增强冰雪产业竞争力。

全球主要城市群的形成，都离不开重大产业项目的带动。上海作为长三角地区的“龙头”，发展冰雪经济势必辐射带动整个长三角。耀雪冰雪世界的建成，也会像迪士尼一样吸引很多长三角游客。它不仅是上海的项目，更是长三角的机会，将带动整个长三角城市群产业结构升级和发展方式转变，加快形成服务经济为主的产业结构。

我们期待，耀雪冰雪世界建成后，上海冰雪产业的软件和硬件不断提升，包括上海人在内的长三角地区游客不用再赶去东北，在家门口就能尽情滑雪，而且还能吸引一批东北游客来上海体验冰雪世界。

怀旧风起 这是阿拉熟悉的老味道



昔日美食街 今成新热门

近日，上海滩曾经红火一时的美食街黄路，迎来一拨又一拨市民怀旧留影，成了新晋热门打卡地 杨建正 摄

海派西餐厅老店新开，许多上海人排队去吃——环境变好了，专属记忆回来了

用猪排代替外国的牛排，用番茄酱代替俄罗斯的红菜头，用蛋黄调出来的色拉酱，这样的海派西餐老三样——炸猪排、罗宋汤、拌色拉，是不少老上海人的时代记忆。以此为招牌菜的新利查西菜馆，去年9月中旬歇业改造，新年伊始重新开张。“环境变好了，但老味道没变。”这是老食客对它的最高评价。

经典的红格子餐布和璀璨的琉璃灯不复存在，取而代之的是光亮的大理石桌面和藤编座椅；整体色调以墨绿和乳白为主，酒红色的窗帘与半圆黑铁窗，则保留了老上海的调性。昨天下午5时不到，记者推开新利查西菜馆的大门，全新的面貌令人眼前一亮。细看店堂内的布置，前台移到大门旁，增设了甜品和咖啡橱窗，通往二楼的楼梯移到里侧，拾级而上，左右都有用餐区，很有曲径通幽的感觉。二楼的房屋大梁全部撤去，顾客上楼后无需再弯腰。

老店新开，生意火爆。下午5时不到，店内已座无虚席，少数几张空桌都是顾客提前预订位。前台正发放等位号码牌，服务员告诉记者，餐厅自元旦重新开张，中午和晚上用餐高峰期都要排队，人多时甚至要排到门口花坛边。

什锦色拉、奶油蘑菇汤、吉列炸猪排、炸板鱼、奶油葡萄鸡、西米豆沙布丁、理查饭……在市民陈先生一家的餐桌上，新利查的招牌几乎一个不少。“小时候我家就在附近，每隔几个月爸妈都会带我来吃一次西餐，特别开心。”听说新利查老店新开，他特意约上父母，带着妻儿前来重温老味道，让6岁的女儿也感受一下爸爸的童年快乐。

坐在二楼的简先生和太太也是来回忆过往的：“我们谈恋爱时常来吃饭，觉得既有情调又有档次，价格也实惠。”炸猪排一端上桌，两人就异口同声问服务员要辣酱油，新菜炭烤海鲈鱼也获得了他们的好评。“尽管有好几年没来了，但记忆中的味道没有变，摆盘则更加精致了。今天为了‘约会’，把女儿留在家里吃泡饭了，下次也要带她来尝尝。”

到了下午5时30分，排队拿号的市民更加多了，除了新利查的老朋友，还有闻讯而来的年轻人。“这两天刷到一些探店视频，觉得蛮有意思的，就趁着周末来看看。”95后小徐是和朋友一起过来的，一进门就开始拍照。“原来只知道红房子做海派西餐，没吃过新利查。今天来这里一看，环境蛮洋气的，酥皮奶油汤的奶香

味好足，西米豆沙布丁也很好吃。”

除了保留传统菜、经典菜，新利查还推出了许多创新菜，比如西班牙猪肋排、炭烤海鲈鱼、奶油节瓜汤、精选色拉等。工作人员告诉记者，价格方面变化也不是很大，部分菜品价格比以前上调了一两元，但目前店里有好几个团购套餐，都有不同的优惠折扣。

二十世纪七八十年代，海燕、凯歌、东海、德大、红房子等都是上海滩响当当的西餐厅，去那里吃上一顿，可是一件很时髦的事。和传统西餐不同，这些西餐厅的不少菜品，都是上海人自己琢磨出来的，将西式餐饮与中国文化融合，调出适合上海人的口味，造就了独特的“海派西餐”，它甚至是很多80后对西餐的第一印象。

如今的海滩，环球美食数不胜数，主厨、主理人更是来自世界各地，带来当地最正宗的风味。但对上海人来说，“海派西餐”早已成为一种经典和时尚，而新利查西菜馆的焕新回归，不仅赋予老字号餐厅新的生命力，更是上海城市文化传承与创新的有力体现，未来也将给更多新老食客带去他们的专属记忆。 本报记者 张钰芸

排骨年糕 搜索量 上涨近七倍

热播电视剧 带火上海美食外卖

本报讯(记者 金志刚)电视剧《繁花》热播，带火了上海美食外卖。最近一周来，排骨年糕成为各外卖平台顶流，搜索量暴涨670%。不少商家也紧跟热点，在平台菜单上更新了“霸王别姬”，还有餐厅将“干炒牛河”更名为“宝总最爱”。

随着《繁花》热播，泡饭、排骨年糕、苔条黄鱼、油墩子……这些老上海人的美食记忆被再次触发。剧中人吃得津津有味，荧屏前观众看得垂涎欲滴，于是上外卖平台找起同款。上海小囡程小姐近日叫外卖就连下几单排骨年糕，“近年流行健康饮食，我很久没吃过这样的‘热量炸弹’了。不过看汪小姐吃得那么香，一时也顾不上要控制体重了。”

饿了么平台数据显示，近一周排骨年糕、鸡脚爪、定胜糕、油墩子等上海美食，外卖订单较《繁花》开播前都出现了不同程度的增长。特别是排骨年糕，搜索量增长近7倍，产生的外卖订单量环比上周暴涨237%。主人公宝总每每应酬后，总要来一碗“泡饭”落胃，也带动平台菜泡饭外卖订单量大涨110%。

与此同时，在剧中起到剧情推进作用的“霸王别姬”“干炒牛河”，也让不少商家嗅到了商机。一周来，在外卖平台上“霸王别姬”的商家增长了40%，不少商户将自己的“甲鱼乌鸡汤”加上了“霸王别姬”的前缀。一家粤菜餐厅在自己的外卖菜单上，将“干炒牛肉河粉”冠以“宝总最爱”的名号，吸引食客下单。

电视剧的热播也唤起了一代人对于黄路美食的怀念。外卖平台数据显示，《繁花》播出后，位于黄路的餐饮商家订单量也有所上涨。“悦来酒家”“乾隆酒家”“泰康月饼”“半岛酒楼”“佳家汤包”等老店、老字号，成为年轻人外卖追剧的线上“打卡地”。

上海的不少美食，就藏在街巷弄弄，食材并不昂贵，但它就是上得了台面，扎得了台型。“在上海人眼里，咖啡、红酒是腔调，菜饭、泡饭也是腔调。”饿了么上海总经理杨瑞争说。